

مدیریت استراتژیک منابع انسانی و ظرفیت مدیریت دانش

دکتر علی صباغیان

سوسن بوستانی



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مدیریت استراتژیک منابع انسانی و ظرفیت مدیریت دانش

تالیف:

دکتر علی صباغیان

عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نراق

سوسن بوستانی

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی / استراتژیک



انتشارات موجک



سرشناسه: صباغیان، علی، ۱۳۴۸ -

عنوان و نام پدیدآور: مدیریت استراتژیک منابع انسانی و ظرفیت مدیریت دانش / تالیف علی صباغیان، سوسن بوستانی.

مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک، ۱۴۰۱.

مشخصات ظاهری: ۱۱۰ ص.: جدول، نمودار.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۴-۴۷۹-۸

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه.

موضوع: مدیریت دانش -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع: Knowledge management -- Iran -- Case studies

موضوع: نیروی انسانی -- ایران -- مدیریت -- نمونه پژوهی

موضوع: Manpower planning -- Iran -- Case studies

شناسه افزوده: بوستانی، سوسن، ۱۳۴۳ -

رده بندی کنگره: HD ۳۰/۲

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۴۰۳۸

شماره کتابشناسی ملی: ۸۸۷۱۸۴۹

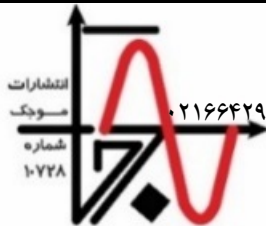
انتشارات موجک

واتساپ: ۰۹۳۶۳۰۳۱۲۵۸ کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۷۰۵۳۱۸ - ۰۲۶۳۲۷۲۱۸۱۹ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳ - ۰۲۱۶۶۴۲۹۷۳۳

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir



عنوان: مدیریت استراتژیک منابع انسانی و ظرفیت مدیریت دانش

تالیف: دکتر علی صباغیان، سوسن بوستانی

مشخصات ظاهری: ۱۱۰ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: تابستان ۱۴۰۱، تیراژ: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۱۲۶۰۰۰۰ ریال، شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۴-۴۷۹-۸

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای انتشارات موجک محفوظ است. هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق چاپ و تکثیر این اثر را به هر شکل و صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب و ... را ندارد. متخلفین به موجب بند ۵ ماده قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

پیش گفتار..... ۹

فصل اول: کلیات ۱۱

۱-۱ تشریح موضوع کتاب ۱۱

۲-۱ اهمیت موضوع ۱۵

۳-۱ اهداف ۱۶

۴-۱ تعاریف مفهومی ۱۷

فصل دوم: مدیریت استراتژیک منابع انسانی ۲۱

۱-۲ تعاریف مدیریت استراتژیک منابع انسانی ۲۱

۲-۲ مزایای مدیریت استراتژیک منابع انسانی ۲۳

۳-۲ ویژگی‌های مدیریت استراتژیک منابع انسانی ۲۳

۴-۲ عناصر الگوی برنامه‌ریزی استراتژیک منابع انسانی ۲۴

۱-۴-۲ فرایند استراتژیک ۲۴

۲-۴-۲ برنامه‌ها ۲۶

۵-۲ فرایند مدیریت منابع انسانی ۲۶

۶-۲ مدل‌های مدیریت استراتژیک نیروی انسانی ۲۸

۱-۶-۲ مدل هانگ و چانگ ۲۸

- ۲-۶-۲ مدل هریسون ۲۹
- ۳-۶-۲ مدل جیمزواکر ۲۹
- ۴-۶-۲ مدل کریستوفر ۳۰
- ۵-۶-۲ مدل فرآیند طرح ریزی استراتژیک منابع انسانی با رویکرد اجرایی ۳۰

فصل سوم: نوآوری ۳۳

- ۱-۳ تعاریف نوآوری ۳۳
- ۲-۳ سیر تحول نوآوری ۳۴
- ۳-۳ انواع طبقه بندی نوآوری ۳۵
- ۴-۳ شاخص های سنجش نوآوری ۳۷
- ۵-۳ نوآوری سازمانی ۳۷
- ۶-۳ مدل های نوآوری سازمانی ۳۸
- ۱-۶-۳ مدل آبرنسی کلارک ۳۸
- ۲-۶-۳ مدل هندرسون کلارک ۳۹
- ۷-۳ انواع نوآوری ۴۰
- ۱-۷-۳ نوآوری تدریجی ۴۰
- ۲-۷-۳ نوآوری نفوذی ۴۰
- ۳-۷-۳ نوآوری رادیکال ۴۱

فصل چهارم: مدیریت دانش ۴۳

- ۱-۴ مفهوم دانش ۴۳
- ۲-۴ تعاریف مدیریت دانش ۴۵
- ۳-۴ اهمیت بکارگیری مدیریت دانش ۴۷
- ۴-۴ ماهیت دانش سازمانی ۴۸
- ۵-۴ ابعاد مدیریت دانش ۴۸

- ۴-۶ انواع مدل‌های مدیریت دانش ۴۹
- ۴-۶-۱ مدل‌های شبکه ۴۹
- ۴-۶-۲ مدل‌های شناختی ۵۰
- ۴-۶-۳ مدل‌های انجمنی / ارتباطی ۵۰
- ۴-۶-۴ مدل‌های فلسفی ۵۰
- ۴-۶-۵ مدل نوناکا ۵۱
- ۴-۶-۶ مدل دی بلا و گولد ۵۲
- ۴-۶-۷ مدل جریان و پردازش اطلاعات ۵۳
- ۴-۶-۸ مدل مفهومی مدیریت دانش ۵۳
- ۴-۶-۹ الگوی SECI فرآیند خلق و تبدیل دانش ۵۴
- ۴-۶-۱۰ مدل حلزونی دانش ۵۵

فصل پنجم: تحقیقات مربوط به مدیریت استراتژیک منابع انسانی ۵۷

- ۵-۱ پیشینه داخلی ۵۷
- ۵-۲ پیشینه خارجی ۶۰
- ۵-۳ چارچوب نظری ۶۱
- ۵-۴ مدل مفهومی ۶۵

فصل ششم: مطالعه موردی ۶۷

- ۶-۱ جامعه آماری ۶۷
- ۶-۲ معرفی سازمان مورد مطالعه ۶۸
- ۶-۳ ابزار گردآوری داده‌ها ۶۹
- ۶-۴ تعیین اعتبار (روایی) ۷۱
- ۶-۵ تعیین پایایی (قابلیت اعتماد) ۷۲

فصل هفتم: یافته‌ها..... ۷۳

۱-۷ ویژگی‌های دموگرافیک جامعه ۷۳

۲-۷ تحلیل توصیفی متغیرها ۷۵

۳-۷ آزمون نرمال بودن داده‌ها ۷۵

۴-۷ تحلیل عاملی تأییدی ۷۶

۴-۷-۱ تحلیل عاملی تأییدی متغیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی ۷۷

۴-۷-۲ تحلیل عاملی تأییدی مقیاس ظرفیت مدیریت دانش ۷۹

۴-۷-۳ تحلیل عاملی تأییدی مقیاس نوآوری سازمان ۸۱

۵-۷ آزمون فرضیه‌ها ۸۳

۶-۷ بررسی وضعیت متغیرها ۹۰

فصل هشتم: جمع‌بندی ۹۵

۱-۸ نتیجه‌گیری ۹۵

۲-۸ پیشنهادها ۱۰۳

منابع ۱۰۵

منابع فارسی ۱۰۵

منابع انگلیسی ۱۰۷

پیش‌گفتار

واژه نوآوری از نظر اصطلاحی به معنای فرایند کسب اندیشه خلاق و تبدیل آن به محصول، خدمت یا یک روش عملیاتی مفید است. در تعاریف مشابه دیگری نوآوری قبول یک ایده یا رفتار که برای صنعت، بازار یا محیط عمومی سازمان تازگی دارد معنی شده است. نوآوری به فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که محصول یا خدمت جدید، فرآیندهای جدید یا روش‌های سازمانی جدید که به ایجاد ارزش افزوده منجر می‌شود را در بر می‌گیرد. اگر این تعریف از خدمات را بپذیریم که تولید یک خدمت به معنی سازماندهی راه‌حلی برای یک مساله است که خود شامل رفتارها و عملیات خاصی است. این امر مستلزم جمع‌آوری و سازماندهی مجموعه‌ای از قابلیت‌ها و توانمندی‌های بشری، تکنولوژیکی و ساختاری است. بنابراین تعریف، نوآوری در عرصه خدمات می‌تواند در هر یک از زمینه‌های قابلیت‌های بشری، تکنیکی و ساختاری و فرآیندی روی دهد (اونه و گرسولد^۱، ۲۰۱۱).

نوآوری به عنوان توانایی عرضه‌کنندگان برای توسعه و پیشرفت فرآیندهای جدید و یا معرفی محصولات جدید (آزادگان و دولی، ۲۰۱۰) تعریف می‌شود. نوآوری عرضه‌کننده مزایای مختلف برای تولیدکنندگان ایجاد می‌کند. نوآوری عرضه‌کننده (فروشنده) به طور مثبت بر عملکرد تولیدکنندگان در هزینه، کیفیت، تحویل، انعطاف‌پذیری، و توسعه محصول اثر می‌گذارد. نوآوری به بهبود فن‌آوری محصول تولیدکنندگان کمک می‌کند (گیانیودیس^۲ و همکاران، ۲۰۱۰).

استراتژی عبارتست از تعیین اهداف و آرمان‌های بلندمدت و اساسی برای یک شرکت و پذیرش مجموعه‌ای از اقدامات و تخصیص منابع لازم برای حصول به این اهداف و آرمان‌ها (آرمسترانگ، ۱۳۸۱). مدیریت استراتژیک مجموعه‌ای از تصمیمات و اعمالی است که منجر به طراحی و اجرای استراتژی‌هایی می‌شود که برای حصول اهداف یک سازمان مورد استفاده قرار می‌گیرند. بدین ترتیب ملاحظه می‌شود که استراتژی محصول فرآیند مدیریت استراتژیک است. به همین ترتیب

¹ Aune & Gressetvold

² Gianiodis

استراتژی منابع انسانی دستور العملی برای سیستم منابع انسانی است که در آن رسالت، چشم انداز و اولویت‌های واحد وظیفه‌ای منابع انسانی مشخص می‌شود. (آرمسترانگ، ۱۳۸۱)

هدف از تالیف کتاب حاضر تاثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر نوآوری سازمانی و ظرفیت مدیریت دانش (مورد مطالعه شرکت سایپاسیتروئن) می‌باشد. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان سایپاسیتروئن است (۲۸۸۴ نفر) که به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده ۳۴۰ نفر با استفاده از جدول مورگان به عنوان نمونه انتخاب شدند. یافته‌ها نشان داد مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر مؤلفه‌های ظرفیت مدیریت دانش (کسب دانش، به اشتراک گذاری دانش، نرم افزار دانش، اکتشاف و بهره برداری) تاثیر دارد. نتایج نشان داد فعالیت‌های منابع انسانی استراتژیک سازمان‌ها به طور مثبت بر نوآوری سازمانی تاثیر دارد. فعالیت‌های منابع انسانی استراتژیک سازمان‌ها به طور مثبت بر ظرفیت مدیریت دانش سازمانی تاثیر دارد.

شیوه سازماندهی کتاب حاضر به صورت زیر می‌باشد.

فصل اول: کلیات

فصل دوم: مدیریت استراتژیک منابع انسانی

فصل سوم: نوآوری

فصل چهارم: مدیریت دانش

فصل پنجم: تحقیقات مربوط به مدیریت استراتژیک منابع انسانی

فصل ششم: مطالعه موردی

فصل هفتم: یافته‌ها

فصل هشتم: جمع‌بندی

در پایان، بر خود لازم می‌دانیم که از همه عزیزان و بزرگوارانی که در مراحل گوناگون آماده سازی این کتاب ما را یاری نموده‌اند، صمیمانه تقدیر و تشکر نمائیم.

دکتر علی صباغیان، سوسن بوستانی

تابستان ۱۴۰۱

Strategic Human Resource Management and Knowledge Management Capacity

Dr. Ali Sabbaghian

Sosan Boostani

واژه نوآوری از نظر اصطلاحی به معنای فرایند کسب اندیشه خلاق و تبدیل آن به محصول، خدمت یا یک روش عملیاتی مفید است. در تعاریف مشابه دیگری نوآوری قبول یک ایده یا رفتار که برای صنعت، بازار یا محیط عمومی سازمان تازگی دارد معنی شده است. نوآوری به فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که محصول یا خدمت جدید، فرآیندهای جدید یا روش‌های سازمانی جدید که به ایجاد ارزش افزوده منجر می‌شود را در بر می‌گیرد. اگر این تعریف از خدمات را بپذیریم که تولید یک خدمت به معنی سازماندهی راه‌حلی برای یک مساله است که خود شامل رفتارها و عملیات خاصی است. این امر مستلزم جمع‌آوری و سازماندهی مجموعه‌ای از قابلیت‌ها و توانمندی‌های بشری، تکنولوژیکی و ساختاری است. بنابراین تعریف، نوآوری در عرصه خدمات می‌تواند در هریک از زمینه‌های قابلیت‌های بشری، تکنیکی و ساختاری و فرآیندی روی دهد.

نوآوری به عنوان توانایی عرضه کنندگان برای توسعه و پیشرفت فرایندهای جدید و یا معرفی محصولات جدید تعریف می‌شود. نوآوری عرضه کننده مزایای مختلف برای تولید کنندگان ایجاد می‌کند. نوآوری عرضه کننده (فروشنده) به طور مثبت بر عملکرد تولید کنندگان در هزینه، کیفیت، تحویل، انعطاف پذیری، و توسعه محصول اثر می‌گذارد. نوآوری به بهبود فن آوری محصول تولید کنندگان کمک می‌کند.

استراتژی عبارتست از تعیین اهداف و آرمان‌های بلندمدت و اساسی برای یک شرکت و پذیرش مجموعه‌ای از اقدامات و تخصیص منابع لازم برای حصول به این اهداف و آرمان‌ها. مدیریت استراتژیک مجموعه‌ای از تصمیمات و اعمالی است که منجر به طراحی و اجرای استراتژی‌هایی می‌شود که برای حصول اهداف یک سازمان مورد استفاده قرار می‌گیرند. بدین ترتیب ملاحظه می‌شود که استراتژی محصول فرآیند مدیریت استراتژیک است.

